ANALISIS PERMINTAAN INTERNET SPEEDY PT. TELKOM DI KOTA SEMARANG

Bambang Setiaji - Poerwanto
Program Pascasarjana UMS - PT. Wahana Group Semarang

ABSTRACT

The objectives of the research is to find out the influence of consumer caracteristic to relationship with economic factor (income) and social factor (education, jobs, and age) in Semarang. According to the method of research, the type of research is survey research. Collecting data method using questionnaire and library method. Samples were taken from customer speedy internet service by using random sampling method. The number of customer taken as samples amount 100 people.

Multiple Regression Analysis was used to find out the influence of income, education, jobs, and age to speedy internet services in Semarang. The result of data analyze are two variable are income and education have the positive significant influence, one variable is job have positive influence but not significant. Age variable have negative influence and significant to demand of speedy internet services in Semarang.

Four variables was chosed can explain variation model to to speedy internet services in Semarang.

Keywords : Demand of speedy internet, income, education, job and age

A. PENDAHULUAN

Saat ini, masyarakat sadar betul bahwasannya informasi adalah kekuatan *(power)* sekaligus kebutuhan. Semakin cepat konsumen memperoleh informasi, maka semakin cepat pula jendela dunia tanpa batas beserta peluang yang ada dapat diketahui dengan cepat. Sistem informasi yang baik diyakini oleh banyak pihak akan memberi kontribusi terhadap

Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, M.Si adalah staf pengajar Program Studi Magister Manajemen (MM) Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), Alamat Kantor; Jl.Ahmad Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Surakarta. Telp. (0271) 717417. **Poerwanto, S.Sos, M.Si** adalah pimpinan PT. Wahana Group Semarang. Alamat kantor; Puspowar No.XI 135 Sudirman Semarang, Telp. (024) 70243658

penciptaan keunggulan kompetitif.

Meningkatnya perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak yang cukup besar bagi masyarakat, di tempat kerja, lingkungan karyawan maupun manajer. Penerapan dalam dunia bisnis, teknologi informasi akan memungkinkan adanya efisiensi biaya, kualitas yang lebih baik, dan peningkatan pelayanan kepada konsumen. Informasi merupakan fondasi alternatif kontrolling manajerial terhadap operasionalisasi kinerja perusahaan. Kecepatan dan efisiensi dalam komunikasi bisnis juga ditentukan oleh bagaimana kemampuan suatu organisasi dalam mengakses dan memanfaatkan informasi.

Berbagai bentuk transaksi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari tak dapat dilepaskan dari keberadaan teknologi komputer dan internet. Jutaan lembar saham yang diperjualbelikan melalui bursa saham nasional maupun internasional tak dapat dilepaskan dengan pemanfaatan teknologi komputer. Di samping itu, milyaran transaksi telah terjadi dalam dunia perbankan juga bisnis ritel mulai toko makanan, pakaian, buku-buku, sampai pada keperluan elektronika juga menggunakan teknologi komputer sebagai alat bantu pemrosesannya. Salah satu bentuk teknologi yang mampu mengubah cara kerja dan komunikasi suatu organisasi bisnis maupun masyarakat adalah komputer dan akses internet. Keberadaan komputer dan akses internet dalam organisasi bisnis maupun individu nampaknya sudah menjadi suatu kebutuhan yang tak dapat ditunda lagi. Ia bukan sekedar pemrosesan surat-menyurat, namun juga sebagai sarana untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain baik di dalam negeri maupun luar negeri seperti pengiriman *facsimili*, *electronic mail* (e-mail) dan *teleconference*.

Perusahaan dengan gencar menawarkan beberapa produk dan akan melakukan positioning yang dengan orientasi yang sama yaitu kepuasan konsumen *(consumer satisfaction)*. Seperti halnya PT. Telkom, beberapa bulan terakhir meluncurkan sebuah produk layanan akses

internet secara cepat **"Speedy"**. **Speedy** adalah layanan akses internet dengan kecepatan tinggi yang berbasis teknologi ADSL (*Asymmetric Digital Subcriber Line)* dari PT. Telkom. Teknologi ADSL ini memiliki kemampuan akses internet dengan kecepatan *down-stream* sampai dengan 384 Kbps. Dengan fasilitas **Speedy**, konsumen akan lebih dimanjakan dengan beberapa keunggulan diantaranya adalah memungkinkan akses internet dan pembicaraan telepon secara bersamaan *(simultan)*, koneksi ke internet dapat dilakukan setiap saat *(dedicated connection)* dan lebih cepat dibanding dengan menggunakan modem analog dan harga lebih terjangkau.

Dengan berbagai keunggulan tersebut, konsumen akan lebih merasa nyaman dalam memanfaatkan jaringan internet. Keunggulan-keunggulan produk **Speedy** dapat memicu terjadinya penciptaan kebutuhan akan kecepatan berinternet, sehingga konsumen akan tergerak untuk melakukan pembelian yang diwujudkan dengan mendaftarkan diri sebagai dan berlangganan sebagai pengguna **Speedy** ini.

Bagi konsumen dengan tingkat kebutuhan tinggi yang didukung dengan faktor ekonomi *(income)* yang memadai tentunya akan memanfaatkan jasa layanan speedy ini dengan berlangganan paket *unlimited*. Tetapi sebaliknya bagi konsumen yang didukung dengan faktor ekonomi *(income)* yang terbatas tentunya akan memanfaatkan sesuai dengan kemampuannya. Demikian pula dilihat dari sisi aktivitas pekerjaan misalnya, seorang pialang saham, valas, jurnalis, penulis, akademisi ataupun pengusaha akan berbeda dalam menggunakan fasilitas **Speedy** dibanding dengan seorang pelajar, mahasiswa ataupun pemusik. Faktor usia, pendidikan ataupun karakteristik konsumen yang lain bagi perusahaan dapat diindikasikan dapat berpengaruh terhadap permintaan speedy ini. Penelitian ini akan menganalisis permintaan internet **Speedy** PT. Telkom di Kota Semarang.

B. PERUMUSAN MASALAH

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh faktor ekonomi *(income)* dan faktor sosial

(pendidikan, pekerjaan dan usia) terhadap permintaan internet **Speedy** di Kota Semarang.

C. METODOLOGI PENELITIAN

1. Ruang Lingkup, Tempat dan Waktu Penelitian.

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen pengguna internet Speedy di Kota Semarang. Obyek penelitian di Kota Semarang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik survey dengan mengambil jangka waktu penelitian selama 3 (tiga) bulan yaitu antara bulan Maret-Mei 2007.

2. Sumber Data

1). Data Primer, adalah data yang diperoleh dari hasil angket yang telah diisi oleh responden secara langsung

2). Data Sekunder, adalah data yang telah tersedia baik pada lokasi penelitian maupun berasal literatur ataupun media lainnya.

3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna internet Speedy yang ada di Kota Semarang. Berdasarkan perhitungan dalam Statistik Kota Semarang Dalam Angka Tahun 2006, jumlah penduduk Kota Semarang adalah sebesar 1.434.263 jiwa yang tersebar ke dalam 16 kecamatan dan 350.810 KK. Dari 350.810 KK tersebut, sambungan telepon kabel yang ada adalah sebesar 169.000 line telepon. Dari 169.000 line telepon, yang telah menjadi pengguna internet Speedy berdasarkan data per 20 April 2007, adalah sejumlah 324 unit. Jadi besarnya populasi yaitu pengguna Speedy di Kota Semarang dalam penelitian ini adalah sebesar 324. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

4. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor maupun antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh variabel yang lain. Menurut (Sugiyono, 1999:33), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitia ini variabel bebas yang ditentukan adalah Income (X1), Pendidikan (X2), Jenis Pekerjaan (X3) dan variabel Umur (X4)

2. Variabel Terikat *(dependent)*. Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, variabel kriteria, ataupun variabel konsekuen. Menurut (Sugiyono,1999:33), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh dan/atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah Permintaan konsumen yang ditunjukkan dengan jumlah rupiah yang dibayarkan untuk penggunaan internet Speedy.

5. Metode Analisis Data

Model yang digunakan dalam menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah analisis regresi berganda, yang diformulasikan dalam bentuk persamaan yang telah dimodifikasi menurut (Salvatore, 2001:165) adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \ldots + b_k X_k$$

Persamaan di atas untuk selanjutnya dimodifikasi berdasarkan banyaknya variabel bebas sebagai berikut.

$$Y = a + Income\ X_1 + Dik.X_2 + Pek\ X3 + UmurX_4 + \ldots + b_k X_k$$

Notasi :
Y = Permintaan Internet Speedy.
a = Konstanta
b1 - b2 = Koefisien Kemiringan (Perubahan Permintaan)
X1 = Income
X2 = Pendidikan
X3 = Jenis Pekerjaan
X4 = Umur
k' = Variabel Bebas atau Penjelas

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (t-test)

Uji t ini diperlukan untuk menguji suatu nilai statistik (dalam hal ini rata-rata b). Karena sampel dapat ditarik beberapa kali dan dan menghasilkan nilai b yang berbeda-beda, sehingga menghasilkan b rata-rata dan *standar error* atau deviasi, sehingga nilai b ini harus dibandingkan dengan standar errornya (Setiaji, 2004:5). Jika nilai b dibagi *standar errornya* $(\frac{b}{SE_b})$ lebih besar atau sama dengan 2 maka

minimal hubungan tersebut signifikan pada taraf uji 5 persen (derajat kepercayaan 95 persen) (Setiaji, 2004:5). Adapun formulasi uji t adalah sebagai berikut.

$$t = \frac{b}{SE_b}$$

Notasi :

t = Koefisien regresi;

SE_b = Standart error

b. Uji F (F-test)

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah model yang diformulasikan pada penelitian ini sudah tepat atau fit. Disamping R2 kekuatan model *(goodness of fit)* juga dapat diuji dengan uji F. Uji ini sejalan dengan analisis of variance (ANOVA) (Setiaji, 2004 : 11). Uji F dapat difomulasikan sebagaimana dalam Setiaji (2004:17) adalah sebagai berikut.

$$F = \frac{R^2 / k}{\left(1 - R^2\right) / \left(n - k - 1\right)}$$

Notasi :

R^2 = Koefisien regresi yang telah ditemukan

k = Jumlah variabel independne

n = Jumlah responden

Uji hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Ho: b1=b2=b3=b4 = 0, berarti secara bersama-sama variabel dalam model tidak berpengaruh terhadap Y. Atau secara bersama-sama tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y

Ha: b1b2b3b4 0, berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Menentukan tingkat signifikansi (α) yaitu sebesar 5% dengan df = (n-k) (k-1) dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel, untuk mencari nilai F tabel.

7. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien ini untuk mengukur besarnya kontribusi variasi Xn terhadap variasi Y sekaligus untuk menguji ketepatan atau mengukur kebaikan-sesuai *(goodness of fit)* garis regresi ataupun pendekatan atas alat analisis (Gujarati, 2004:45). Adapun tingkat ketepatan regresi ditujukan oleh koefisien R2. Apabila nilai R2 sama dengan 1

maka pendekatan itu betul-betul sempurna.

8. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Santoso,2000; 212). Uji t dan F dilakukan atas dasar asumsi bahwa observasi tersebar normal. Karena regresi diturunkan dari minimisasi *error* (e), maka syarat untuk mengunakan uji t dan F adalah jika e (error term) juga tersebar secara normal. Jika e tersebar normal, maka koefisien OLS (βOLS) juga tersebar normal, demikian juga Y juga tersebar normal. Hal tersebut disebabkan adanya hubungan linier antara e dengan β dan Y (Setiaji, 2004:12). Untuk menguji mengetahui sebaran e dalam penelitian ini digunakan uji normalitas menurut Kolmogorov Smirnov-Z.

D. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Regresi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel *income* (X1), pendidikan (X2), jenis pekerjaan (X3), dan umur (X4) terhadap jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy. Dengan meng-gunakan bantuan komputer program SPSS release 10,0 diperoleh persamaan sebagai berikut.

Y = 28564,789 + 45,033 Income + 81123,522 Dik + 13416,627 Pek-24332,200 Umur

Besarnya konstanta (a) = 28564,789 artinya jika faktor pendidikan, pendapatan, jenis pekerjaan dan umur sama dengan nol, maka jumlah rupiah yang dibayarkan untuk Speedy adalah sebesar 28564,789 rupiah. Variabel income sebesar 45,033 artinya jika income konsumen mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy peningkatan sebesar 45,033 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Pendidikan konsumen (X2) adalah sebesar 81123,522. Hal ini menunjukkan apabila pendidikan naik sebesar 1 tingkat, maka jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pema-kaian jasa Speedy peningkatan sebesar 81123,522 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Jenis Pekerjaan konsumen atau (X3) adalah sebesar 13416,627. Nilai ini menunjukkan adanya peningkatan pengaruh terhadap nilai rupiah yang dibayarkan untuk speedy sebesar 13416,627 apabila ada kenaikan sebesar 1 satuan pekerjaan di mana faktor yang lain dianggap tetap.

Umur mempunyai pengaruh negatif terhadap besarnya nilai rupiah yang dibayarkan. Nilai umur konsumen (X4) adalah sebesar 24332,200. Artinya semakin tambah umur sebesar 1 satuan tahun, maka jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy menurun sebesar 24332,200 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

b. Uji Hipotesis

a). Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS release 10,00 maka dapat diterangkan hasil analisis sebagai berikut:

1. Pada level uji 5 persen diperoleh t hitung untuk *income* sebesar 3,236 dan diketahui t tabel sebesar = 1,99. Dari variabel yang diuji, diperoleh bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3,236 > 1,99). Dengan demikian *income* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap jumlah rupiah yang diba-yarkan untuk pemakaian jasa Speedy.
2. Variabel pendidikan pada uji 5 persen diperoleh nilai t hitung sebesar 2,137 dan nilai t tabel sebesar= 1,99. Hasil perhi-tungan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel (2,137 > 1,99). Dengan demikian hasil analisis ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pendidikan terhadap jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy (Y).
3. Untuk variabel jenis peker-jaan, pada uji 5 persen diperoleh nilai t hitung sebesar 0,437 dan nilai t sig (tabel *coefficient)* sebesar 0,663. Selain dengan membandingkan t tabel kita dapat mengetahui tingkat signifikansi dari nilai t sig dimana nilai t sig dianggap signifikan apabila nilainya lebih besar daripada 0,005. Nilai t sig > t hitung, dengan

demikian jenis pekerjaan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy (Y).

4. Variabel umur pada uji 5 persen atau derajat kepercayaan 95 persen diperoleh nilai t hitung sebesar 1,127 dan nilai t tabel sebesar 1,99 (-t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel), atau kita lihat pada tabel *coefficient* terlihat bahwa nilai t sig sebesar 0,263 (t sig > 0,005). Hasil tersebut menunjukkan bahwa umur terbukti berpengaruh negatif terhadap jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy (Y). Semakin bertambah umur maka semakin sedikit pengeluaran konsumen untuk pembayaran internet.

b). Uji F (Uji Serempak)

Berdasarkan hasil perhitungan uji F pada uji 5 persen dengan derajat kepercayaan 95 persen diperoleh nilai F hitung = 9,224. Sedangkan nilai F tabel adalah sebesar = 2,49. Hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung > F tabel atau terlihat dari nilai probabilitas 0,000. hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel *income,* pendidikan, jenis pekerjaan, dan umur secara bersama-sama terhadap terhadap jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy (Y).

c). Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya R^2 dihitung dengan membagi jumlah Y estimate dikurangi dengan rata-rata (kuadrat) dengan jumlah Y observed (Y yang terobservasi) dikurangi Y rata-rata (kuadrat). Pembagian tersebut menggambarkan variasi yang dijelaskan oleh model (*Explain Sum Square* = ESS) dibagi dengan variasi total (*Total Sum Square* = TSS) (Setiaji, 2004:11).

Nilai R^2 diperoleh sebesar 0,280 menunjukkan bahwa variabel X yang berada dalam model (income, pendidikan, jenis pekerjaan, dan umur) dapat menjelaskan 28 persen variasi Y (permintaan Speedy). Sedangkan sisanya sebesar 72% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

d). Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang dianalisis memenuhi kriteria sebaran normal atau terdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis dengan SPSS maka dapat ditunjukkan pada tabel 4.6.

Berdasarkan tabel tersebut, dengan membandingkan nilai yang diperoleh dengan taraf signifikan 5 persen. Apabila nilai lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal. Nilai probabilitas (ρ) menunjukkan angka sebesar 0,083 dengan taraf signifikansi (α) 0,05. Dengan demikian, data tersebut berdistribusi normal karena ρ > α. Data yang terdistribusi normal merupakan prasyarat penggunaan statistik parametrik ataupun untuk pengujian nilai t dan F.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Variabel *Income* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan internet Speedy di Kota Semarang. Ketika pendapatan atau *income* konsumen mengalami peningkatan maka permintaan internet Speedy yang ditunjukkan dengan jumlah rupiah yang dibayarkan juga akan mengalami peningkatan.

Pendidikan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap permintaan internet speedy di Kota Semarang. Semakin tinggi pendidikan

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	199.7393341
	Std. Deviation	185678.4062500
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.143
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		1.234
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083

konsumen/seseorang, maka jumlah rupiah yang diba-yarakan untuk pemakaian internet Speedy semakin meningkat pula.

Jenis pekerjaan konsumen mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan internet speedy. Hal ini diperkuat dengan analisis deskriptif terhadap latar belakang pekerjaan, dimana pekerjaan profesional merupakan mayoritas pengguna internet Speedy.

Umur mempunyai pengaruh negatif terhdapa pemakaian internet speedy. Artinya bahwa semakin tua seseorang, maka penggunaan terhadap internet speedy justru mengalami penurunan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Hasil uji secara serempak (nilai F) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *income*, pendidikan, jenis pekerjaan, dan umur secara bersama-sama (serempak) terhadap permintaan internet speedy di Kota Semarang.

Variasi permintaan internet speedy di Kota Semarang dapat dijelaskan oleh *income,* pendidikan, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan umur adalah sebesar 28% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Saran-saran

Dengan melihat hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka disarankan beberapa hal sebagai masukan terhadap PT. Telkom di Semarang dalam upaya meningkatkan permintaan Internet Speedy. Adapun saran dari hasil penelitian ini adalah sebagai berukut.

1. Dari hasil penelitian terlihat bahwa *income* dan pendidikan merupakan faktor yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap jumlah rupiah yang dibayarkan untuk pemakaian jasa Speedy. Oleh karena itu bagi PT. Telkom diharapkan dapat melakukan, analisis yang mendalam mengenai *income* dan pendidikan apabila akan melakukan pengembangan jejaring internet speedy pada masa yang akan datang.
2. Selain kedua faktor income dan pendidikan tersebut, pihak manajemen PT. Telkom

Semarang juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan

REFERENSI

Engel, James (1994), *Perilaku Konsumen,* Alih Bahasa: F.X. Budiyono, Binarupa Aksara, Jakarta.

Gujarati, Damodar, (2004), *Ekonometrika Dasar*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip (2000), *Marketing Management,* Millenium Edition, Prentice Hall, Inc., Upper Sadle River, New Jersey

Kotler, P., dan Amstrong, G. (1997), *Dasar-dasar Pemasaran,* Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta.

Peter, P.,J., dan Olson, J.,C. (1999), *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Erlangga, Jakarta.

Salvatore, Dominick (2001), *Managerial Economics dalam Perekonomian Global,* Penerbit Airlangga, Jakarta

Samuelson, Paul, A., (1995), *Economics*, Mc. Graw Hill Inc

Santoso, Singgih (2000), Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik, PT Elex Media Komputindo, Jakarta

Schiffman dan Kanuk (1996), *Consumer Behavior*, Edisi Keempat, Prentice-Hall International Edition.

Setiaji, Bambang (2004), *Module Ekonometrika Praktis,* Fakultas Ekonomi UMS, Surakarta

——— (2004), P*enuntun Interpretasi Hasil Komputer Untuk Statistik,* Magister Manajemen, UMS, Surakarta

Sugiyono (1999), *Metode Penelitian Untuk Bisnis,* Alfabeta, Bandung

Suparmoko, M. (2000), *Pokok-Pokok Ekonomika,* Edisi Pertama, BPFE Yogyakarta

——— (1995), *Ekonomika Untuk Menejerial*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta

Umar, Husein (2000), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta